

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN,  
KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA  
PENJUALAN SECARA ONLINE MAGNUM SHOP DI  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Strata Satu  
Jurusan Manajemen**



**Oleh :**

**LUKHI PRAMITHASARI**

**2009210103**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA**

**2013**

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN,  
KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA  
PENJUALAN SECARA ONLINE MAGNUM SHOP  
DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

**LUKHI PRAMITHASARI**

**2009210103**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,  
Tanggal:



**Drs. Irawan, M.M**

# SKRIPSI

## PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA PENJUALAN SECARA *ONLINE* MAGNUM SHOP DI SURABAYA

Disusun oleh :

**LUKHI PRAMITHASARI**

**NIM : 2009210103**

Dipertahankan di depan Penguji dan  
dinyatakan Lulus Skripsi pada  
Tanggal 5 MARET 2013

Tim Penguji :

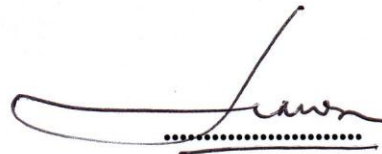
KETUA

: Drs.Ec.Harry Widyantoro,M.si



SEKRETARIS

: Drs Irawan, M.M.



ANGGOTA

: Bagus Suminar,SE,M.Si



## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : LUKHI PRAMITHASARI  
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo , 2 Januari 1992  
N.I.M. : 2009210103  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh E-service Quality Terhadap Kepuasan,  
Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen Pada  
Penjualan Secara Online Magnum Shop di Surabaya

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Ketua program Studi S1 Manajemen  
Tanggal :



**(Mellyza Silvi, SE.,M.Si)**

Dosen Pembimbing  
Tanggal :



**(Drs. Irawan,M.M.)**



## MOTTO

Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah. - Thomas Alva Edison

Pengetahuan adalah kekuatan.  
Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua.

Jadikanlah ilmu berguna bagi diri sendiri dan orang lain.  
Kalau hari ini kita menjadi penonton bersabarlah menjadi pemain esok hari

Kegagalan hanya terjadi jika kita kalah menyerah!  
Hidup sepenuhnya untuk masa depan yang langka  
Jangan mencoba untuk sukses jadilah seseorang yang bernilai

*A good name is better than riches*  
*A good book is great friend*

# PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ucapan syukur dari hati saya yang terdalam saya sampaikan kepada Allah SWT atas segala karunia yang telah diberikan kepada saya, sehingga saya dapat berdiri tegar dan menyelesaikan skripsi, Sholawat dan salam tak lupa saya lantunkan bagi Rasulullah SAW, manusia terbaik yang pernah ada di dunia ini yang selalu menjadi sumber inspirasi saya untuk selalu menjadi lebih baik diberbagai hal.

Terimakasih kepada orang-orang yang aku sayang :

- Ayah, ibu dan keluarga tercinta, motivator terbesar dalam hidupku yang tak pernah jemu mendoakan dan menyayangiku, atas semua pengorbanan dan kesabaran mengantarku sampai kini. . Terima kasih atas doa yang selalu kalian panjatkan untukku dan terima kasih akhirnya aku bisa menyelesaikan skripsi ini.
- Penghargaan yang tinggi saya sampaikan kepada Bapak Irawan, M.M selaku dosen wali dan merangkap sebagai dosen pembimbing yang telah membantu saya dalam menyelesaikan KRS/KHS dan terimakasih telah membantu bimbingan skripsi selama ini.
- Kakak ku erlinda pudji setyawati yang telah membantu dalam doa dan semangat motivasi selama ini , iloveyou cece.....
- Terimakasih atas bantuan Kepada onots, fauzi teman seperjuangan didalam bimbingan skripsi saat ini, yang telah bersama-sama dalam memperjuangkan hingga selesai

- Sahabat-sahabat  
novi,uni,cetok,edith,cezar,loin,tongki,arik, gank dari semester 1 wolfgang,,,, akan kangen kalian selalu... dan yang belum lulus ,, ayoo semangat rekkk,,,, !!!
- Sahabat-sahabat jurusan perbankan yang selama ini mendoakan ku : ditha, rifayanti, oci , puri , anggi,, I don't know what must i say, i think nothing to say. But, u're the only one who i have. Being better sist, i love you :D
- Semua orang yang mendoakan aku dalam sholatnya tanpa aku ketahui. Terima kasih, semoga apapun doa kebaikan untukku dari kalian, akan berlaku untuk kalian, Aamiin 😊

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan, kepercayaan dan loyalitas konsumen pada penjualan secara online di surabaya”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Studi Strata Satu Jurusan Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya. Adapun penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua Penulis yang telah memberikan dukungan sepenuhnya, menuntun Penulis dengan sabar serta doa restu yang selalu diberikan kepada Penulis.
2. Drs. Irawan,M.M. selaku dosen pembimbing yang berperan banyak atas selesainya penulisan skripsi ini karena banyak meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan, sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
3. Drs. Irawan,M.M. selaku dosen wali yang telah membimbing Penulis selama menempuh studi di STIE PERBANAS Surabaya.
4. Ibu Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M, selaku pimpina ketua STIE PERBANAS Surabaya.
5. Bapak Ibu Dosen Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu kepada Penulis selama proses pembelajaran.
6. Seluruh Civitas Akademika Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Akhirnya, Peneliti berharap agar skripsi ini dapat menjadi kontribusi yang baik untuk kedepannya. Berharap terdapat saran-saran yang membangun agar dapat melahirkan berbagai motivasi kepada orang lain serta dapat memberikan kontribusi yang jauh lebih baik bagi Peneliti.

Surabaya, 27 Maret 2013

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SKRIPSI SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori .....	12
2.2.1 E-kualitas Layanan.....	12
2.2.2 Kepuasan Pelanggan.....	13
2.2.3 Loyalitas Pelanggan .....	16
2.2.4 Kepercayaan Pelanggan .....	19
2.2.5 Hubungan E-kualitas layanan Terhadap Kepuasan.....	20
2.2.6 Hubungan E-kualitas layanan Terhadap loyalitas.....	21
2.2.7 Hubungan loyalitas terhadap kepuasan .....	22
2.3 Kerangka Pemikiran .....	26
2.4 Hipotesis Penelitian .....	27

<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Rancangan Penelitian .....	28
3.2 Batasan Penelitian .....	28
3.3 Identifikasi Variabel .....	29
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	29
3.4.1 Definisi Operasional .....	29
3.4.2 Pengukuran Variabel .....	34
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	35
3.5.1 Populasi .....	35
3.5.2 Sampel .....	35
3.5.3 Teknik pengambilan sampel .....	36
3.6 Instrumen penelitian .....	37
3.7 Data dan metode pengumpulan data.....	41
3.7.1 Data .....	41
3.7.2 Metode Pengumpulan Data .....	41
3.8 Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian .....	43
3.8.1 Uji Validitas .....	43
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	44
3.9 Teknik Analisis Data .....	45
3.9.1 Analisa Statistik .....	45
<b>BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA</b>	
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	47
4.1.1 Karakteristik Responden .....	48
4.2 Analisis Data.....	59
4.2.1 Analisis Deskriptif .....	52
4.2.1.1 Analisis Deskriptif Variabel E-Kualitas Layanan (EKL).....	53
4.2.1.2 Analisis Deskriptif terhadap Variabel Kepuasan pelanggan (KP).....	54
4.2.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Pelanggan (KYP) .....	55

4.2.1.4 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas	
Pelanggan (LY) .....	56
4.3 Pengolahan Data .....	56
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	57
4.3.2 Pengujian Instrumen Penelitian.....	58
4.3.3 Pengujian Model dengan <i>One-Stop Approach</i> .....	59
4.3.4 Pengujian Hipotesis dan Hubungan Kausal .....	60
4.3.4.1 Pengaruh E-service quality terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan .....	61
4.4 Pembahasan .....	65
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran .....	72

**DAFTAR RUJUKAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Internet Usage and Population Statistics .....	2
Tabel 2.1 : Persamaan Dan Perbandingan Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 2.3 : Kerangka Pemikiran .....	26
Tabel 3.1 : Kisi – Kisi Pernyataan Kuesioner .....	37
Tabel 4.1 : Deskripsi Jenis Kelamin Responden .....	48
Tabel 4.2 : Deskripsi Umur Responden .....	48
Tabel 4.3 : Deskripsi Pendidikan Terakhir .....	49
Tabel 4.4 : Deskripsi Produk yang sering dibeli .....	50
Tabel 4.5 : Pekerjaan Responden .....	50
Tabel 4.6 : Lama menggunakan produk Responden .....	51
Tabel 4.7 : Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel E-Kualitas Layanan (EKL).....	53
Tabel 4.8 : Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel Kepuasan pelanggan (KP).....	55
Tabel 4.9 : Hasil Pernyataan Responden Terhadap Kepercayaan Pelanggan (KYP).....	55
Tabel 4.10 : Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (LY) .....	55
Tabel 4.11 : Uji Validitas .....	58
Tabel 4.12 : Uji Reliabilitas.....	58
Table 4.13 : Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices.....	60
Tabel 4.14 : Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices.....	61
Tabel 4.15 : Hasil Pengujian Koefisien Model .....	63

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran .....	26
Gambar 4.1. : Model Pengukuran Kausalitas <i>One Step Approach</i> .....	59
Gambar 4.2. : Model Pengukuran Kausalitas <i>One Step Approach</i> <i>Modifications</i> .....	60
Gambar 4.3 : Hubungan Variabel Eksogen terhadap Variabel <i>Endogen</i> .....	62

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisioner
Lampiran 2	Data Responden
Lampiran 3	Statistik Deskriptif
Lampiran 4	Uji Validitas
Lampiran 5	Uji Reliabilitas
Lampiran 6	Uji Asumsi
Lampiran 7	Uji Model Amos
Lampiran 8	Uji Hipotesis AMOS

# **THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY SATISFACTION, TRUST AND CUSTOMER LOYALTY ONLINE SALES IN MAGNUM SHOP SURABAYA**

*Lukhi Pramithasari*

*Student of Faculty Economic, Marketing Management*

*STIE Perbanas Surabaya*

## **ABSTRACT**

*In the development of the internet is now not only serves as a medium of information and communication media only. However, the Internet can also increase a person's income in the economy. As for the weaknesses faced the risk of online sales, as was the case that the risk of fraud. The phenomenon of online shopping has become a new lifestyle of the people of Indonesia, especially in Surabaya. For consumers, online shopping will be higher if they were pleased with the quality of service of the online sales system on the site. The formulation of the problem in this study is this e-service quality had a significant influence on customer satisfaction?, Is satisfaction a significant effect on customer loyalty?, and Is satisfaction a significant effect on consumer confidence in online sales in Surabaya?. Whereas the purpose of this study was to analyze the E-service quality are significant effect on customer satisfaction, to analyze the satisfaction there is a significant influence on consumer loyalty and satisfaction are to analyze a significant effect on consumer confidence in online sales in Surabaya.*

*The population in this study is the customer or buyer who had made a purchase online in magnum shop. The sample in this study was the respondents / users in online trading industry for > 1 year. And the sampling technique using non-probability sampling technique. Techniques of analysis in this research is to use analytical models SEM (Structural Equation Model) assisted with the latest version of the application program AMOS.*

*Based on the results of this study indicate that the e-service quality has positive and significant impact on Customer Satisfaction, this can be seen from the path coefficient is positive amounted to 0.999 with a value of 7.459 and CR obtained significance probability (p) of 0.000 which is smaller than the significance level ( $\alpha$ ) set at 0.05, while customer satisfaction has positive and significant impact on customer loyalty. This can be seen from the path coefficient is positive amounted to 1.209 with a value of 6.609 and CR obtained significance probability (p) of 0.000 which is smaller than the significance level ( $\alpha$ ) defined by 0.05, and Customer Satisfaction has positive and significant impact on customer confidence. This can be seen from the path coefficient is positive amounted to 0.469 with a value of 2.687 and CR obtained significance probability (p) of 0.007 which is smaller than the significance level ( $\alpha$ ), which was set at 0.05.*

**Keywords :** *E-Quality of Service, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, and Customer Confidence*